

الحملة الإعلامية الأمريكية في الحرب على العراق عام (٢٠٠٣)*

د. حمزة خليل الخدام**

* تاريخ التسليم: ١٣ / ١ / ٢٠١٢ م ، تاريخ القبول: ١١ / ٣ / ٢٠١٢ م.
** أستاذ مساعد في علم الاجتماع/ كلية عجلون الجامعية/ جامعة البلقاء التطبيقية/ عجلون/ الأردن.

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل محتوى الحملة الإعلامية الأمريكية في حرب الخليج الثالثة عام ٢٠٠٣، ابتداءً من بدايات العملية العسكرية في ٩ آذار ٢٠٠٣ م، وانتهاءً بسقوط العاصمة العراقية بغداد في أيدي القوات الأمريكية في ٩ نيسان ٢٠٠٣، وقد ركزت الدراسة على العناصر الرئيسية للحملة الإعلامية الأمريكية من جهة القائمين عليها، ومحتواها، ووسائلها، وجمهورها المستهدف، والاستجابة لها، وتأثيرها في كسب المعركة العسكرية، ومعركة الرأي العام العالمي.

وخلصت الدراسة إلى أن الحملة الإعلامية الأمريكية قد بدأت قبل عملية «تحرير العراق» وسارت موازية لها، واستمرت بعدها، واستخدمت سلاحاً سادساً في الأزمة بالإضافة إلى الأسلحة السياسية، والاقتصادية، والبرية، والبحرية، والجوية. كما أنها استطاعت أن تحقق أهدافها بكسب معركة الرأي العام المحلي الأمريكي، والإقليمي، والعالمي، وعزل العراق سياسياً واقتصادياً، وعسكرياً، وإثارة الفتن والقتال الداخلية، والانقسامات العرقية لإسقاط النظام العراقي وتدمير بنيته التحتية.

الكلمات الدالة: الحملة الإعلامية، جورج بوش الابن، الحرب على العراق عام ٢٠٠٣

Abstract:

This study aims at analyzing the content of the American Media Campaign in the third Gulf war in 2003, from the beginnings of a military operation on March 9th, 2003, and ending with the fall of the Iraqi capital Baghdad in the hands of U. S. forces on April 9th, 2003, The study focused on the major elements of the media campaign of America; those in charge of it (Propagandists) , its content, and means, and the target audience, and its reaction, and influence on winning the military battle as well as the battle of the international public opinion.

The study concluded that the American Media Campaign started before the “Operation Iraqi Freedom” and was parallel to it, and is still going on. It is used as a sixth weapon in addition to the political, economic, ground, sea, and air weapons. It succeeded in achieving its goals by winning the battle for the local, regional, and international public opinion and in isolating Iraq politically, economically, militarily as well as stirring up civil war, riots and ethnic divisions that shook the Iraqi regime and destroyed its infrastructure.

Keyword: MEDIA CAMPAIGN, George W. Bush , THE WAR ON IRAQ IN 2003

مقدمة:

تعدّ وسائل الإعلام «إحدى وسائل الحرب النفسية»، ولعل الحرب الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣ تميزت عن غيرها بأنها شهدت تغطية إعلامية من قلب الحدث. بدأت الحرب على العراق تحت شعار «الصدمة والترويع» الذي أطلقه الرئيس الأمريكي جورج بوش الابن في العشرين من آذار عام ٢٠٠٣، وبدأت بضربات صاروخية جوية استهدفت مؤسسات الدولة العراقية والبنية التحتية، وفي اليوم التالي بدأ الاجتياح البري للأراضي العراقية. وقد تابع العالم تفاصيل الحرب عبر وسائل الإعلام - لا سيما الغربي الأمريكي - التي تعدّ جزءاً من الحملة الإعلامية النفسية لكسب المعركة^(١). لقد ساهمت كثير من الوسائل الإعلامية التي شاهدها المتلقي، في دحض المزاعم والبيانات المتناقضة التي صدرت من قبل الطرفين، فالكاميرا باتت تنقل على الهواء الاشتباكات لحظة وقوعها. وفي مناطق محددة ومعروفة، وبخاصة المدن مثلما حدث في أم قصر والبصرة والناصرية التي أعلن في البداية عن سقوطها في يد الغزاة، ثم نقلت المحطات الفضائية لاحقاً استئناف المعارك فيها حتى يوم التاسع من نيسان حين سقطت العاصمة العراقية بغداد^(٢).

ومما يدل على أن الحرب على العراق عام ٢٠٠٣ كانت حرباً إعلامية بالدرجة الأولى ما أشار إليه ريتشارد كابلان من أن محطة CNN قد «عممت على جميع مراسليها بوجوب إرسال مسودة عن المادة التي ستبث قبل الإرسال حتى تتم الموافقة عليها من قبل المسؤول في أتلاندا حيث المقر الرئيس للمحطة العالمية»^(٣). ونظراً لأهمية وسائل الإعلام ودورها في كسب المعركة، فإن الدراسة الراهنة تسعى إلى الوقوف على طبيعة الحملة الإعلامية الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣. لمعرفة دورها في كسب المعركة وتأثيرها النفسي والاجتماعي على العراقيين من مدنيين وعسكريين.

مشكلة الدراسة:

تقوم إستراتيجية الحملة الإعلامية النفسية الأمريكية على ترابط أدوات السياسة من دبلوماسية، واقتصادية، وعسكرية، ودعاية في شنّ حرب شاملة على جميع الجبهات لتحقيق الأهداف السياسية الأمريكية الاقتصادية والعسكرية منها، وترتكز هذه الحملة على سياسة محددة الأهداف وترتبط بالإستراتيجية العسكرية والاقتصادية، وتتسم بالعلنية، والسرية، والخداع، والتعتيم، والتضليل، لتشكل رأياً عاماً، عربياً، وعالمياً، داعماً للمصالح الأمريكية، وبناءً عليه تكمن مشكلة هذه الدراسة في تحليل محتوى «مضمون» الحملة

الإعلامية الأمريكية الموجهة إلى المدنيين والعسكريين العراقيين، والرأي العام العالمي في الحرب على العراق عام ٢٠٠٣م، قبل معركة «عملية تحرير العراق وأثناءها وبعدها Operation Iraqi Freedom، ابتداءً من بدايات العملية العسكرية في ٩ آذار ٢٠٠٣م، وانتهاءً بسقوط العاصمة العراقية بغداد في أيدي القوات الأمريكية في ٩ نيسان ٢٠٠٣، حيث تركز الدراسة على العناصر الرئيسة للحملة الإعلامية الأمريكية من جهة القائمين عليها، وأهدافها، ووسائلها، والجمهور المستهدف بها، وتأثيرها النفسي والاجتماعي على العراقيين مدنيين وعسكريين.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تلقي الضوء على الحملة الإعلامية الأمريكية على العراق قبل الحرب على العراق عام ٢٠٠٣ وأثناءها وبعدها «عملية تحرير العراق»، ابتداءً من بدايات العملية العسكرية في ٩ آذار ٢٠٠٣م، وانتهاءً بسقوط العاصمة العراقية بغداد في أيدي القوات الأمريكية في ٩ نيسان ٢٠٠٣، حيث تعد الحرب الأمريكية على العراق حرباً إعلامية بالدرجة الأولى، استخدمت فيها أضخم حملة معلومات دبلوماسية، وسياسية، وإعلامية، وإلكترونية، ونفسية، وعسكرية ضد العراق من أجل تحقيق التفوق الإعلامي والعسكري ضده، ومصادرة قراراته السياسية والعسكرية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الوصفية التحليلية إلى إلقاء الضوء على الحملة الإعلامية الأمريكية في الحرب على العراق عام ٢٠٠٣م. حيث تعد الحملة الإعلامية الأمريكية في الحرب على العراق عام ٢٠٠٣ أضخم حملة اشتملت على معلومات دبلوماسية وسياسية والإلكترونية ونفسية وعسكرية ضد العراق من أجل تحقيق التفوق الإعلامي والعسكري ضده، ومصادرة قراره السياسي والعسكري. وترتكز الدراسة بشكل رئيس على الحملة الإعلامية وعناصرها الرئيسة من جهة القائمين عليها، وأهدافها، ووسائلها، والجمهور المستهدف بها، وتأثيرها النفسي والاجتماعي على العراقيين مدنيين وعسكريين.

منهجية الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية لذا اعتمد الباحث على الأسلوب الوصفي التحليلي لدراسة محتوى أو مضمون جميع النشرات والوثائق الصادرة عن وكالة الإعلام الأمريكية بالعربية والإنجليزية كمصادر أولية للبحث قبل الحرب وبعدها، بالإضافة إلى المصادر الثانوية من صحف ومجلات وكتب بغية الحصول على النتائج المرجوة.

الإطار النظري للدراسة:

يكاد يكون التاريخ الإنساني، تاريخاً للغزو والسيطرة، وتاريخاً للفتوحات والثورات، فقد لازمت الحروب الوجود الاجتماعي للإنسان، وربما كانت أبرز أحداث التاريخ على مرّ الزمن^(٤). وفي القرن الماضي الذي شهد أعظم الاختراعات والاكتشافات العلمية، شهد الإنسان فيه صوراً مختلفة من العنف لم يعرفها من قبل فتطور الآلة الحربية من جهة، وتعقيد المصالح الدولية من جهة أخرى، وتفاقم التناقضات بين أطراف المجتمع الدولي من جهة ثالثة أدى إلى وقوع حربين عالميتين هما: الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨) والحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٤٥) أودتا بحياة الملايين من البشر، ودمرتا مدناً بكاملها. كما شهد العالم حرباً ثالثة سميت بالحرب الباردة امتدت معظم النصف الثاني من القرن العشرين. وعُبرت عن نفسها بعشرات الحروب الإقليمية الساخنة، تلك الحروب التي عرفت بحروب الإنابة «War by Proxy»^(٥). ويستطيع أي فرد متوسط العمر أن يذكر مجموعة من الحروب التي عاناها أو عايشها أو سمع عنها، بل إن هناك من تابع تفاصيل العمليات العسكرية في الحروب الأخيرة بوساطة التقدم التكنولوجي وثورة الاتصالات. وكلما تناول أحد حرباً بالبحث والدراسة، فإنه يحاول أن يعرف أسبابها وأهدافها ومجرياتها ونتائجها وما سياتر على هذه النتائج في المستقبل.

ولما كان من الصعب على الباحث في العلوم الاجتماعية أن يكون موضوعياً تماماً، فمن المفضل أن يعلن الباحث «ذاتيته» من البداية كحل لمشكلة الموضوعية كما نادى بذلك الباحث السويدي «جونار ميردال»^(٦). لقد أحدثت وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة تغيرات جوهرية في بنية العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الغربية وعلى رأسها المجتمع الأمريكي؛ إذ أضحت هذه الوسائل تشكل عصب الحياة، وباتت تتحكم بمجريات الأمور والشؤون الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والاقتصادية وغيرها، إلى الحد الذي جعل العديد من الباحثين الاجتماعيين، أمثال (ليوتار) (Lyotard)، والعالم (جان بودريار) يقولون «إن هذه الوسائل الإعلامية هي التي نقلت المجتمعات إلى مرحلة ما بعد الحداثة»^(٧).

وفي ٩ / ٣ / ٢٠٠٣ قامت القوات الأمريكية وقوات التحالف (الاسترالية والبريطانية) بشن حملة عسكرية إعلامية على العراق تحت اسم تحرير العراق - Operation Iraqi Free dom، وتوقفت المعركة في ١ / ٥ / ٢٠٠٣ بعد اكتمال احتلال العراق أعلن الرئيس الأمريكي بوش الابن في ١ / ٥ / ٢٠٠٣ عن انتهاء حالة العداء مع العراق. قبل بداية الغزو الأمريكي للعراق قام البيت الأبيض ووزارتا الخارجية والدفاع الأمريكيتين بتطوير إستراتيجية

سياسية، ودبلوماسية، وعسكرية، ونفسية، وإعلامية مشتركة من أجل كسب الرأي العام المحلي الأمريكي، والعربي، والعراقي، والعالمي بغية تقصير مدة الحرب والتقليل من الخسائر الأمريكية، ومن ثم تحقيق نصر سريع على جميع الجبهات.^(٨)

لقد شهدت عمليات غزو العراق حرباً من نوع آخر، ألا وهي الحرب الإعلامية بين مختلف الوسائل لشن الحرب النفسية. وحاول أطراف الصراع من خلالها استغلال وسائل الإعلام في تمرير رسائلهم النفسية من جانب، كما حاولت وسائل الإعلام الحصول على سبق إعلامي مميز لكل تجاربها السابقة مع الحروب نتيجة الإمكانيات الهائلة التي وفرتها الفضائيات وتكنولوجيا الاتصالات. من جانب آخر يقول فرانك كوفيرنال نائب رئيس العمليات في محطة (سي. بي. أس. نيوز) « كل ما نستخدمه اليوم رقمي... يمكننا القيام بعمليات المونتاج من خلال جهاز نقال على الأرض فضلاً عن الاتصال عن فيديوفون وغيرها من التطورات التكنولوجية الأخرى »^(٩). لقد استفادت الولايات المتحدة من أخطائها السابقة في تغطية الحروب المختلفة، وبخاصة خلال حرب فيتنام التي ألبت تغطيتها الإعلامية الرأي العام المحلي الأمريكي، فكان أن أنشأت خطوط اتصال مع المؤسسات الإعلامية العملاقة لتنسيق أساليب التغطية وتحديد المراسلين ومراقبة تغطياتهم، فقد تم قبل الحرب الأخيرة « اختيار حوالي خمسمائة مراسل وتوزيعهم على القطاعات العسكرية المختلفة، وأعطوا تعليمات دقيقة بشأن اللقاءات مع العسكريين، منها أن أي لقاء لا بد أن يكون مسجلاً، حتى يعرض على الرقيب العسكري قبل البث، ومنها عدم الالتقاء بالعسكريين المعارضين للحرب، والطلب من الصحفيين التحرك ضمن مجموعات في تشكيلات الجيش »^(١٠).

لقد كان عدد من الصحفيين التابعين لبعض الفضائيات قد غطى أخبار الحرب عبر تنقله بالمدركات الأمريكية، في الوقت الذي نصبت بعض الفضائيات كاميراتهما على مقدمة الدبابات التي كانت تتحرك تجاه بغداد والمدن العراقية الكبرى. كما كشف «كلايف مايري» مراسل هيئة الإذاعة البريطانية في العراق أثناء الحرب أن قوات الغزو الأمريكية فرضت لبس الزي العسكري على الصحفيين المرافقين لها، وأن الصحفيين كانوا يعيشون مع الجنود ويأكلون معهم؛ حيث نشأت بعض الصداقات بينهم، الأمر الذي أدى إلى تراجع موضوعية هؤلاء الصحفيين»^(١١). من جهته «رصد مكتب المحاسبة الحكومية الأميركية - وهو ذراع بحثي للكونغرس - في تقرير له عام ٢٠٠٦ عقوداً واتفاقيات مع شركات خاصة وأفراد تابعين للبنتاغون مع جهات إعلامية وعلاقات عامة ووكالات إعلان وصحافيين،

وشركات، وأفراد، للمساهمة في عمليات غسل الأدمغة للشعب الأميركي بالدرجة الأساس، بلغت قيمتها ٦١ مليار دولار خلال سنتين ونصف السنة (من أكتوبر ٢٠٠٢ ولغاية مارس ٢٠٠٥) «^(١٢). ويقول المفكر نعوم تشومسكي «لعل الهدف من عمليات غسل الأدمغة وشراء أفراد وشركات وعقد صفقات واتفاقات وحشد الإمكانيات الهائلة المادية والمعنوية إنما يستهدف التأثير على العقول والتعويض عن فترة السنوات الست من التضليل الإعلامي الأول الذي عاشه الأميركيون، تلك الفترة المسترخية التي تم البناء عليها ببطء خلال سنوات أواخر الثمانينيات والتسعينيات، أو عن طريق صدمات، لاسيما بعد أحداث سبتمبر الإرهابية الإجرامية عام ٢٠٠١، وذلك لحساب صنّاع القرار المخفيين داخل دائرة الرئيس بوش، وفي المقدمة منهم الجنرالات في البنتاغون. الأمر الذي له علاقة بالترويج للقوة العسكرية المرتبطة بمصانع السلاح الأميركي، وهي واحدة من أخطر جماعات الضغط، وكذلك بالتحالف المديد والوثيق بين المجتمع الصناعي والمجتمع الحربي»^(١٣).

إن الأسلوب الذي اعتمده الولايات المتحدة الأمريكية في تغطية عدوانها على العراق ثم احتلاله كان ثمرة لتجارب سابقة، لاسيما الاستفادة القصوى من تجربة الحرب البريطانية على الأرجنتين (حرب الفوكلاند) في ثمانينيات القرن الماضي حيث «لم تسمح القوات البريطانية بتغطية ما كان يدور في مسرح العمليات العسكرية إلا من خلال الجهات الإعلامية العسكرية البريطانية المتخصصة»^(١٤).

ولذلك لم يعرف أحد شيئاً عما حدث إلا ما تناقلته الأجهزة الإعلامية البريطانية العسكرية. وكذا فعلت وزارة الدفاع الأمريكية عند اجتياحها هايتي وبنما، حيث لم يسمح بدخول وسائل الإعلام إليهما إلا بعد أن أنهت القوات الأمريكية كل عملياتها. وتكرر الموضوع نفسه أيضاً عندما شنت أمريكا عدوانها على العراق كانون ثاني ١٩٩١، ومن هنا كانت التغطية الإعلامية لغزو العراق قد غلبت عليها الهيمنة العسكرية البحتة، أي التعبير عن وجهة نظر الغازي، والتعظيم على الحقيقة وتغييب وجهة نظر المعتدى عليه، ويمكن القول: إن السلوك الأميركي في التضليل الإعلامي له مبرراته فهو يهدف في الدرجة الأولى إلى صرف الرأي العام الأميركي عما يجري في العراق. أما بخصوص الشعوب العربية فإن الإستراتيجية الأساسية لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية لمخاطبته ومواجهة وسائل الإعلام العربية تمثلت في «إنشاء منافذها الإخبارية الخاصة بالمجتمع العربي وهي محطة قناة «الحرّة» الفضائية وإذاعة «سوا» بتكلفة قدرت بمئة مليون دولار»^(١٥).

مفهوم الحملة الإعلامية الأمريكية ودورها في الحرب على العراق عام (٢٠٠٣):

في أواخر شهر كانون الثاني من عام ٢٠٠٢ م، أعلن الرئيس الأمريكي أن العراق وإيران وكوريا الشمالية تمثل «مخبراً للشر»، بسعيها إلى امتلاك أسلحة دمار شامل قد تدعم بها الجماعات الإرهابية، ومن ثم فهي تهدد الأمن القومي الأمريكي والمصالح الأمريكية في العالم، وبناءً عليه فسوف تقوم الولايات المتحدة بالعمل ضد هذا المحور في إطار «الحرب ضد الإرهاب» التي أعلنتها الإدارة الأمريكية بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ م، وقد استخدمت الإدارة الأمريكية إستراتيجية إعلامية لإقناع الرأي العام المحلي والعربي والعالمي لتبرير عدوانها على العراق، وتعرف الحملة الإعلامية الأمريكية بأنها «نشاطات إعلامية عالمية علنية تقوم بها حكومة الولايات المتحدة الأمريكية لترويج أهدافها السياسية الخارجية عن طريق فهم الجماهير المستهدفة الخارجية وصانعي القرار وتزويدهم بالمعلومات وبالتالي التأثير عليهم، وكذلك توسيع دائرة الحوار بين المواطنين الأمريكيين والمؤسسات الأمريكية ونظيراتها في العالم»^(١٦). فالحملة الإعلامية الأمريكية هي عملية كسب قلوب الأفراد والجماعات والمنظمات والدول والحلفاء والأصدقاء وعقولهم في العالم من أجل تشكيل رأي عام داعم للقرار الأمريكي بغزو العراق.

دور الحملة الإعلامية قبل عملية تحرير العراق عام ٢٠٠٣:

أولاً- على صعيد الخطابات الإعلامية الأمريكية:

١. في ١٢ / ٩ / ٢٠٠٢ ألقى الرئيس الأمريكي بوش الابن خطاباً أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة عدّد فيه انتهاكات الحكومة العراقية للقوانين الدولية، وحقوق الإنسان، واتهمها بدعم الإرهاب، وسوء التعامل مع جيرانها وشعبها، وعدم تداولها للسلطة بصورة ديمقراطية، وإصرارها على احتجاز الأسرى والرهائن من رعايا الدول الأخرى. وفي هذا الخطاب طالب الرئيس الأمريكي الأمم المتحدة مهدداً بالتحرك لوقف تجاوزات الحكومة العراقية وإلا فقدت علة وجودها، ما يعطي الإدارة الأمريكية الحق في التحرك ضد العراق ولو بصورة منفردة، بعيداً عن المظلة الشرعية. وقد أثمر هذا الخطاب التحريضي ضد العراق عن صدور القرار (١٤٤١) في ٨ / ١١ / ٢٠٠٢ م، الذي ألزم العراق بفتح جميع منشآته الحكومية والخاصة للتفتيش الدولي دون قيد أو شرط للتأكد من عدم حيازته لأسلحة الدمار الشامل التي اتهمته بها الإدارة الأمريكية.^(١٧)

٢. في ٥ / ٢ / ٢٠٠٣ ألقى وزير الخارجية الأمريكية الأسبق كولون باول أمام مجلس الأمن الدولي، ولمدة ساعة خطاباً يزعم من خلاله أن هناك أدلة على قيام العراق بتطوير أسلحة دمار شامل وإخفائها عن أعين المفتشين الدوليين، وذلك عبر أشرطة (فيديو)

تصور بعض المنشآت العراقية قبل تفتيشها، مؤكداً على أن الصورة تحوي بعض المواد التي أخفيت قبيل التفتيش، وكذلك تسجيلات صوتية لبعض العراقيين الذين يتحدثون عن شيء ما، فسره وزير الخارجية على أنه أسلحة دمار شامل؛ مشيراً إلى قيام العراق بإخفاء الأسلحة عن طريق معامل متحركة محمولة على شاحنات وغيرها. (١٨).

٣. في ١٧ / ٣ / ٢٠٠٣ م ألقى الرئيس بوش خطاباً عرف بخطاب اللحظة الحاسمة أي خلال الساعات الأخيرة من بدء العمليات العسكرية، ووجّه هذا الخطاب للحكومة العراقية والشعب العراقي حيث قال بوش في خطابه «على صدام حسين وأبنائه أن يغادروا العراق في غضون ٤٨ ساعة. وسيؤدي رفضهم إلى بدء نزاع عسكري في الوقت الذي نختاره»؛ بينما يتودد الرئيس في الخطاب نفسه إلى العراقيين بالقول: «إذا بدأت حملة عسكرية فإنها ستكون موجهة ضد الرجال الخارجين عن القانون الذين يحكمون بلادكم، وليست ضدكم». . . ويتابع الرئيس خطابه محاولاً كسب ود القوات المسلحة العراقية ويحرضها على قيادتها، حيث جاء في الخطاب قوله: «أحض كل عنصر في القوات العسكرية العراقية، وفي أجهزة الاستخبارات في حال وقوع الحرب ألا تقاتلوا في سبيل نظام، إنه يحتضر، لا يستحق أن تضحوا بحياتكم من أجله» (١٩).

ثانياً. على الصعيد العسكري:

١. في حزيران عام ٢٠٠٢ عملت الحملة الإعلامية الأمريكية على إظهار حشد القوات العسكرية الأمريكية وتكثيفها في المناطق المحيطة بالعراق، والعمل على تحسين القواعد الأمريكية وتوسعتها في بعض دول المنطقة لاتخاذها مركزاً للقيادة عند اندلاع الحرب (قاعدة العديد في قطر)، ونشر أخبار الحشد في وسائل الإعلام كاستعراض للقوة حتى يحدث ذلك الأثر النفسي والمعنوي على الحكومة والشعب العراقيين.

٢. التأكيد على مبدأ الصدمة والترويع من خلال الحديث عن الأسلحة الفتاكة التي تزعم الإدارة الأمريكية استخدامها في العراق، ومن النماذج التي أثارت الإدارة الأمريكية حولها ضجيجاً إعلامياً مقصوداً، (قنبلة الانفجار الهوائي الهائل) (MOAB)، أو ما أسمته (أم القنابل)، حيث دعت وزارة الدفاع الأمريكية وكالات الأنباء لحضور تفجير تلك القنبلة لأول مرة في ١١ / ٣ / ٢٠٠٣ م، ومشاهدة ما تحدثه من آثار عند انفجارها يتعادل مع ما أحدثته قنبلة هيروشيما من دمار عند إلقائها على اليابان. وحفاظاً على تحقيق عنصر المفاجأة التكتيكية على العدو عند بدء الحرب، أعلنت الإدارة الأمريكية أنها لن تستخدم هذه القنبلة في حربها على العراق؛ لأن المصانع الأمريكية لم تصنع من (أم القنابل) سوى قنبلة واحدة هي التي تم تفجيرها في ذلك الزخم الإعلامي الدعائي الهائل للقدرات العسكرية الأمريكية (٢٠).

ثالثاً. على صعيد المنشورات والنداءات الإذاعية:

١. في ٢٩ / ١٠ / ٢٠٠٢ قامت الطائرات التابعة للقوات الأمريكية بإلقاء المنشورات على القوات العراقية، وبخاصة في مناطق الحظر الجوي شمال وجنوب العراق لتحذيرها من الاستجابة لأوامر القيادة العراقية، وقد أقيمت ملايين المنشورات فوق جنوب العراق، لتحذير القوات العراقية من استخدام أسلحتها ضد القوات الأمريكية ودعوتها إلى الثورة على قادتها، وعدم تنفيذ أوامرها. (٢١).

٢. في يوم ١٩ / ٣ / ٢٠٠٣ وقبل ساعات فقط من بدء الحرب أعلن الجيش الأمريكي بأنه أسقط ما يقرب من مليوني منشور على العراق ليصل إجمالي ما أسقط على العراق من منشورات خلال مرحلة ما قبل الحرب، (١٧) مليون منشور استهدفت (٢٩) موقعاً عسكرياً ومدنياً في جنوب شرقي البلاد، تدعو الجيش العراقي إلى الامتناع عن استخدام أسلحة الدمار الشامل أو إشعال حقول النفط، وتهدف هذه المنشورات وفقاً لما قاله مسؤولون في البنتاجون إلى «إقناع القوات العراقية في جنوب العراق بالوقوف على الحياد عندما تجتاح القوات التي تقودها الولايات المتحدة جنوب العراق من الكويت في اتجاه حقول النفط حول مدينة البصرة في طريقها إلى العاصمة بغداد. والتعليمات الموجهة للقوات العراقية محددة، ومن بينها ترك أبراج دباباتهم في وضع عكسي، والتخلي عن عرباتهم المدرعة أثناء عودتهم إلى الثكنات» (٢٢).

٣. جهزت محطات إذاعية أمريكية أقيمت داخل طائرات 130EC وصممت رسالتها الإذاعية على غرار محطة (صوت الشباب) الأكثر شعبية في العراق، وهناك أيضاً البرامج الإخبارية التي يشرف على إعدادها خبراء الحرب النفسية داخل الجيش الأمريكي في فورت براغ بولاية نورث كالورينا» (٢٣).

رابعاً. على صعيد التغطية الإعلامية للحرب:

١. وجّهت الدعوة لأكثر من (٥٠٠) مراسل تلفزيوني وصحفي من مختلف دول العالم، لمصاحبة القوات الأمريكية البريطانية داخل العراق عند بدء الأعمال العسكرية، لتغطية الحرب إعلامياً بصورة مباشرة من ميادين القتال، وذلك بعد تأهيل هؤلاء المراسلين من خلال دورات تدريبية تولّوها البنتاجون ليعتادوا على كيفية الحماية من النيران، وارتداء الأقنعة الواقية من الغازات، والمكوث في ظل ظروف الحرب، وهي خطوة غير مسبوقة في مجال التغطية الإعلامية للحروب الحديثة. (٢٤).

الحملة الإعلامية الأمريكية أثناء الحرب على العراق عام (٢٠٠٣):

بدأت هذه الحملة مع الضربات الجوية الأولى على بغداد فجر يوم الخميس الموافق ٢٠ من آذار ٢٠٠٣م، واستمرت حتى سقوط بغداد في التاسع من شهر نيسان عام ٢٠٠٣م، وهي الفترة التي شهدت الأعمال العسكرية الجوية والبرية على المدن العراقية. وقد عملت الإستراتيجية الإعلامية التي رافقت العمليات العسكرية على النحو الآتي:

١. في ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ أعلن الرئيس الأمريكي بوش الابن في خطابه المتلفز أن قواته المسلحة تقوم برسالة أخلاقية حضارية في العراق لإقناع الشعب الأمريكي بضرورة الحرب على العراق. قال: «أقول لكل الرجال والنساء في القوات المسلحة الأمريكية المنتشرين الآن في الشرق الأوسط إن السلام في العالم المضطرب»، وآمال شعب مضطهد تقع على عاتقكم، وهذه الثقة بمحلها» (٢٥).

٢. ركزت الحملة الإعلامية الأمريكية في حربيها على العراق عام ٢٠٠٣ على مصطلح التحالف الدولي وقد أشار إليه الرئيس بوش الابن في خطاب إعلان الحرب بقوله: «أكثر من ٣٥ دولة توفر دعماً حاسماً يتراوح بين استخدام قواعد جوية وبحرية ومساعدة في توفير معلومات استخباراتية والأمور اللوجستية ونشر وحدات مقاتلة». كل دولة من دول التحالف قررت أن تتحمل هذا الواجب وتشاطر شرف الخدمة في سبيل دفاعنا المشترك» (٢٦).

٣. الاستمرار في إلقاء المنشورات ذات المضامين المبسطة والواضحة على المناطق التي شهدت مقاومة من القوات العراقية للقوات الأمريكية البريطانية، ففي اليوم الخامس من الحرب ٢٤ / ٣ / ٢٠٠٣م ألقت الحوامات الأمريكية منشورات على مدن أم قصر، والفاو، والناصرية، وكربلاء، والبصرة، تحث فيها القوات العراقية على الاستسلام وإلقاء السلاح وعدم الاستمرار في المقاومة غير المجدية، وتعريض أنفسهم للقتل من أجل نظام دكتاتوري زائل (٢٧).

٤. لقد استخدمت القيادة العسكرية الأمريكية الإعلام المدني الأمريكي سلاحاً رئيساً في المعركة على العراق من أجل الحفاظ على ثقة الشعب الأمريكي بجيشه، وتشكيل رأي عام داعم للحرب. فمثلاً حرصت وزارة الدفاع الأمريكية على عدم نشر صور الجنود الأمريكان ذوي الجروح الخطيرة أو ضحايا الحرب، خشية أن تولد هذه الصور مخاوف لدى الشعب الأمريكي، مما يؤدي إلى تقويض إيمانهم بعدالة القضية الأمريكية مع العراق (٢٨).

٥. نشأت قيادة الشؤون العامة للجيش الأمريكي برنامج المرافقين الصحفيين Em-bedded Journalists لأكثر من (٧٧٠) صحفياً يتبعون مؤسسات إعلامية عالمية عدة،

ويعملون تحت أمره قيادات الوحدات العسكرية البرية والبحرية والجوية، منهم (٥٥٠) صحفياً مع القوات البرية. وكان هؤلاء الصحفيين يبعثون ست آلاف مقالة (٦٠٠٠) صحفية أسبوعية إلى مؤسساتهم حول سير المعارك. (٢٩).

٦. صرف الرأي العام الأمريكي والعالمي عن مآسي الحرب، والتعاطف مع الشعب العراقي ففي يوم ٢٩ / ٣ / ٢٠٠٣ م، وحينما كان المسؤول البريطاني الكابتن (نيك مانفيلد) يقوم بعملية توزيع المياه على السكان العراقيين في أم قصر، صرح إلى وسائل الإعلام الكثيفة التي كانت تقوم بتغطية عملية التوزيع بالقول: «إن عملية التوزيع هذه هي جزء من جهود التحالف من أجل تزويد المواطنين بالمياه الصالحة للشرب» ثم أردف بالقول: «إن هؤلاء كانوا مضطهدين ونأمل أن يتمكنوا بعد الآن من العيش بصورة طبيعية دون خوف» (٣٠).

أهداف الحرب الأمريكية على العراق:

في يوم ١٩ / ٣ / ٢٠٠٣ م قامت الولايات المتحدة وقوات التحالف البريطانية بعمليات عسكرية جوية وبحرية وبرية ضد العراق بدعوى تحرير العراق من أسلحة الدمار الشامل وإزالة النظام العراقي، وفي بداية الغزو حدد وزير الدفاع الأمريكي دونالد رامسفيلد (Donald Rumsfeld) أهدافاً ثمانية لهذه الحرب: (٣١).

١. إنهاء نظام صدام حسين Ending the Regime of Saddam Hussein.
٢. التخلص من أسلحة الدمار العراقية Identifying, isolate and eliminate Iraq's Weapons of Destruction
٣. للبحث عن الإرهابيين والقبض عليهم وطردهم من البلاد To search for, capture and drive out terrorists from the country
٤. جمع المعلومات الاستخباراتية المتعلقة بشبكة الإرهابيين To collect intelligence related to terrorists network
٥. جمع المعلومات الاستخباراتية عن أسلحة الدمار الشامل المحظورة such intelligence as it related to the global network of illicit weapons of mass destruction

٦. إنهاء العقوبات وتقديم المساعدات الإنسانية للمشردين والمواطنين المعوزين
To end sanctions, and to immediately deliver humanitarian support to the
الكثر displaced and too many needed citizen
٧. حماية حقول البترول وثروات الشعب العراقي
To secure Iraqis oil fields and resources which belong to the Iraqi people
٨. مساعدة العراقيين عل إيجاد ظروف للانتقال إلى حكومة ذاتية عراقية
To help the Iraqi people create conditions for transitions to a representative self- government

أهداف الحملة الإعلامية الأمريكية على العراق في حرب عام ٢٠٠٣:

هدفت الحملة الإعلامية التي استخدمها الجيش الأمريكي قبل معركة حرب تحرير العراق عام ٢٠٠٣ وإثناؤها وبعدها إلى تحقيق الأهداف الآتية: (٣٢).

١. إظهار قوة الولايات المتحدة الأمريكية في المجالات كافة، لا سيما التفوق في مجال القيادة والتحكم.
٢. تسهيل جهود القوات المسلحة لتحقيق التفوق على العدو برأ، وبحراً، وجواً.
٣. تعطيل عملية اتخاذ القرار لدى العدو.
٤. الأخذ بزمام الأمور في المعركة والاستمرار فيها.
٥. تزويد القائد العسكري بخيار عسكري غير مميت للسيطرة على العدو.
٦. التقليل من زخم تقدم العدو.
٧. تعطيل تفعيل خطط العدو العسكرية وكذلك عملياته العسكرية.
٨. تعطيل قدرة العدو على توجيه قواته العسكرية.
٩. التقليل من أهمية قرار العدو.
١٠. الدفاع عن عمليات القيادة والتحكم لدى القوات الصديقة والحليفة.
١١. تهبيط معنويات العدو ورفع معنويات القوات الأمريكية.
١٢. كسب الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي.
١٣. تحقيق الأهداف الوطنية للقوات المسلحة الأمريكية.
١٤. السيطرة على المدنيين قيادةً، وشعباً، وجيشاً.

الجمهور المستهدف بالحملة الإعلامية الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣

توجّهت الحملة الإعلامية إلى الفئات الآتية: (٣٣).

Enemy	العدو (العراق) .
Leaders	قادة العدو السياسيين.
Military Commanders	قادة جيش العدو.
Army Personnel	أفراد جيش العدو.
Personnel	السكان.
Selves	الذات.
U. S Armed Forces	القوات المسلحة الأمريكية.
American Public	الشعب الأمريكي.
Coalition Partners	الحلفاء.
The World	العالم.
Friends	الأصدقاء.
Potential Allies	الحلفاء المحتملون.
Neutrals	المحايدون.
Potential Enemies	الأعداء المحتملون.
Opposition	المعارضة.

القائمون على الحملة الإعلامية الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣:

- ◆ الناطق الصحفي الرسمي باسم البيت الأبيض.
- ◆ موقع الإنترنت التابع لوزارة الخارجية الأمريكية.
- ◆ السفارات الأمريكية في العالم.
- ◆ مكتب الاتصال العالمي Global Communication Office الذي أنشاه بوش الابن عام ٢٠٠٢ لترويج سياسته.
- ◆ راديو سوا. (٣٤).

مسوغات الحملة الإعلامية الأمريكية لغزو العراق عام ٢٠٠٣:

من أجل كسب الرأي العام الداخلي الأمريكي والعالمي والعربي والإسلامي لإقناع الناس جميعاً بحتمية شن حرب على العراق اختلقت القيادة الأمريكية التبريرات الآتية، التي معظمها عناوين لقصص إخبارية زائفة في الإعلام العالمي: (٣٥).

تقف العراق وراء هجوم ١١ أيلول ٢٠٠١.	سيقدم العراقيون باقات من الورد إلى جيش التحالف وسيستقبلونهم بالأحضان
أنها حرب تحرير العراق من نظام صدام.	سيبقى الأمريكان في العراق لفرض النظام
القضاء على نظام صدام حسين	تدمير مخزون العراق من الصواريخ
إنها حرب للقضاء على الدكتاتورية	حماية حقول البترول وثروات العراق من أجل العراقيين
التخلص من أسلحة الدمار الشامل العراقية	مساعدة العراقيين على توفير ظروف الانتقال إلى حكومة انتقالية
القضاء على الإرهاب عن طريق البحث عن الإرهابيين والقبض عليهم وطردهم من العراق	إنهاء العقوبات الاقتصادية على العراق الأمريكان محررون للعراقيين وليسوا معتدين عليه

وسائل الحملة الإعلامية الأمريكية لغزو العراق عام ٢٠٠٣:

١. الإذاعات السرية (السوداء) : لقد قامت القوات الأمريكية بشن أكبر حملة نفسية إذاعية وأشرسها على العراق قبل الغزو وأثناءه وبعده بهدف تقويض الدعم الشعبي والعسكري لصدام وهزيمة النظام العراقي، وكسب المعركة دون قتال بأقل الخسائر، باستخدام رسائل إذاعية إقناعية موجهة للشعب والجيش العراقي عبر راديو المعلومات.

(الشكل (١))

نداءات إذاعية موجهة للمدنيين والعسكريين العراقيين تدعوهم للاستماع إلى تعليمات القوات الأمريكية





Leaflet Number: IZD071

ومن الجدير بالذكر أن مدة البث في راديو المعلومات ٢٤ ساعة يوميا تبث من الجو والبر والبحر، من محطات إرسال غير معروفة. وتقوم ببث رسائل ضد صدام حسين لتقويض دعم الشعب والجيش لنظامه. ومن الأمثلة على هذه الإذاعات السرية ما يأتي:

♦ **راديو تكريت Radio Tikrit:** إذاعة سوداء ممولة من أمريكا وبالتحديد من CIA. تهدف هذه الإذاعة إلى توجيه النقد لنظام صدام، وتحريض الجنود العراقيين على الاستسلام لقوات التحالف. (٣٦).

♦ **إذاعة العراق الحر Radio Free Iraq:** أنشئت عام ١٩٩٨، وكانت تبث هذه الإذاعة إلى داخل العراق بالعربية على الموجات القصيرة من محطة أوروبا الحرة الأمريكية الموجودة في براغ في دولة الشيك. (٣٧).

♦ **راديو المستقبل Radio Future:** تملكها جبهة الوفاق الوطني العراقية بدأت البث عام ١٩٩٦ تبث الإذاعة بالعربية إلى داخل العراق من الكويت بتمويل من المخابرات المركزية الأمريكية وتبلغ ميزانيتها ٦ ملايين دولار في السنة. (٣٨).

♦ **إذاعة وادي الرافدين Twin Rivers Radio:** بدأت البث بالعربية والانجليزية إلى داخل العراق من الكويت عام ٢٠٠١. (٣٩).

♦ **راديو آشور Ashur Radio:** بدأت البث بالأشورية والعربية عام ٢٠٠٠ من محطة في ألمانيا عبر الموجات القصيرة. (٤٠).

♦ **إذاعة صوت تحرير العراق Voice of The Iraqi Liberation:** محطة أمريكية تبث من السليمانية مستخدمة موجات شعب كردستان، وموجهة إلى الحرس الجمهوري العراقي، كانت تبث نداءات إلى الجيش العراقي تدعوهم للاستسلام أو الانضمام إلى قوات التحالف. (٤١).

♦ **راديو سوا Radio Sawa:** إذاعة أمريكية تبث الأخبار والأغاني العربية والغربية والبرامج الخفيفة بتمويل من الكونجرس الأمريكي. بدأت البث عام ٢٠٠٢ كبديل لإذاعة صوت أمريكا التي توقفت عن البث بالعربية. (٤٢).

♦ **إذاعة صوت الشعب العراقي:** يملكها الحزب الشيوعي العراقي، وهي إذاعة سرية تمولها المخابرات السعودية. تبث من كردستان العراق. (٤٣).

من الملاحظ أن هذه الإذاعات السرية التي اعتمدت عليها أمريكا في حربها على العراق عام ٢٠٠٣ هي إذاعات مهمة مارست نشاطاتها الإعلامية وحملتها النفسية على العراقيين قبل المعركة، وسارت معها وبقيت بعدها، لكنها لم تحقق أهدافها كاملة لأن المستمع العراقي مقتنع بأن الحرب من أجل النفط وليس من أجل تحرير العراق من نظام صدام.

٢. **المنشورات (Leaflets):** أُلقت القوات الأمريكية وقوات التحالف ما يقارب (٥٠) مليون منشور على الأراضي العراقية تحتوي على رسائل موجهة للعسكريين والمدنيين. ففي المرحلة الأولى من المعركة على العراق أُلقت القوات الأمريكية مع قوات التحالف أكثر من ٣١ مليون منشور موزعة على ٦٠ نوعاً من المنشورات منها: ٤٠٪ من الرسائل تحض الجيش العراقي على الاستسلام تحت ضغط التهديد، و ٣٠٪ من المنشورات تحمل رسائل تدعو لحماية المدنيين بالإضافة إلى معلومات عامة تحمل تهديداً ووعيداً وتعليمات (٤٤). ومن الأمثلة على هذه المنشورات وجهت وحدة الحرب النفسية النداءات الآتية للعسكريين العراقيين: أ. عدم إطلاق النار على قوات التحالف تشجيعهم على الاستسلام ب. عدم استخدام أسلحة الدمار الشامل ج. حماية آبار البترول من الاعتداء د. التمرد على قيادتهم (٤٥).



Leaflet Number: IZD057

كما وجهت وحدة الحرب النفسية النداءات الآتية للمدنيين العراقيين: أ- البقاء في بيوتهم. ب- الاستماع إلى راديو المعلومات. ج- إعلان العصيان المدني. د- التعاون مع القوات الغازية. هـ- العمل على شق وحدة الصف العراقي. و- عدم استخدام أسلحة الدمار الشامل ز- الحفاظ على آبار البترول.^(٤٦)



Leaflet Number: IZD036

٣. الإعلام الإلكتروني: يعد الإعلام الإلكتروني من الوسائل المهمة التي اعتمدت عليها الحملة الإعلامية الأمريكية في حربها على العراق حيث أرسلت وزارة الدفاع الأمريكية آلاف الرسائل الإلكترونية للقادة العسكريين بعدم استخدام أسلحة الدمار الشامل واعدة الحماية لمن يستجيب منهم لهذا النداء. وتعدُّ هذه الحملة جزءاً من العمليات النفسية التي شنت على الجبهات العراقية بهدف تحقيق نصر سريع. وقد اعتمدت أمريكا في بث هذه الرسائل الإلكترونية على نظام بث محمول جواً على الطائرات الأمريكية. وقد قال James Lewis مدير برنامج التكنولوجيا والسياسة العامة في مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية: تكمن أهمية هذه الرسائل في أنها رخيصة ولا تحتاج من وزارة الدفاع الأمريكية مصادر كثيرة، وبالرغم من أن الرسائل الإلكترونية مراقبة من قبل العراقيين إلا أنه إذا قرأها القادة العراقيون مباشرة، فسوف يسمعون عنها من طرف آخر. (٤٧).

٤. التضليل الإعلامي (Disinformation): يُعرَّف التضليل الإعلامي بأنه عبارة عن « معلومات يتم تُنشر بشكل رئيس من قبل منظمات إستخبارية أو وكالات سرية، تهدف هذه المعلومات إلى خداع صنّاع القرار الأمريكي أو التأثير عليهم، والقوات العسكرية الأمريكية، وقوى التحالف، أو الأفراد بطريقة مباشرة، أو بطرق تقليدية» (٤٨). كما يعرف بأنه « معلومات مضللة تعلن عنها حكومة أو جهاز مخابرات، أو مؤسسة أو هيئة ما عن طريق تسريبها بطريقة متعمدة بهدف تغيير آراء المستقبل لها واتجاهاته» (٤٩). وقد عملت الحملة الإعلامية الأمريكية على تجهيز رسائل إعلامية مزورة لوسائل الإعلام الأمريكية لإظهار النتائج الايجابية لغزو العراق واحتلاله. لقد قام الجيش الأمريكي بإرسال رسائل مزيفة إلى صحف أمريكية عدة تحمل توابع كثير من الجنود من كتيبة المشاة رقم (٥٠٣) (٥٠). كما أنشأ البنتاغون الأمريكي مركز التأثير الاستراتيجي لتزويد وسائل الإعلام العالمية بقصص إخبارية زائفة من أجل كسب الرأي العام العالمي لصالح أمريكا. (٥١).

الخلاصة:

١. استخدمت الحملة الإعلامية الأمريكية في الحرب على العراق عام ٢٠٠٣ والموجهة للعراقيين (عسكريين ومدنيين) الكلمة المنطوقة، والمكتوبة، والصورة، والرمز لتضليل الرأي العام العالمي عن حقيقة الحرب على العراق.

٢. إن الهدف الرئيس للحملة الإعلامية الأمريكية قبل الحرب، وأثناءها، وبعدها هو السيطرة على مجريات الأحداث في المعركة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، من أجل تحقيق التفوق الإعلامي، والمعلوماتي على العدو، ومصادرة قراره، ومن ثم هزيمته سياسياً وعسكرياً ودبلوماسياً واقتصادياً.

٣. لقد استطاعت الحملة الإعلامية الأمريكية في حرب عام ٢٠٠٣ والموجهة للعراقيين (عسكريين ومدنيين) من تحقيق أهدافها من خلال عمليات الخداع والتعتيم التي استخدمتها الحملة الإعلامية، مما ساهم في الانتصار الإعلامي على العراق قيادةً، وجيشاً، وشعباً قبل المعركة وأثناءها وبعدها.

٤. لقد استخدمت الحملة الإعلامية الأمريكية في حرب عام ٢٠٠٣ قبل المعركة، وأثناءها، وبعدها كسلاح تكتيكي، وتعزيزي، واستراتيجي خدمة للأهداف الوطنية الأمريكية.

٥. لقد استخدمت الحملة الإعلامية الأمريكية على العراق عام ٢٠٠٣ الحرب النفسية كسلاح سابع من أسلحة المعركة بالإضافة إلى الأسلحة السياسية، والاقتصادية، والدبلوماسية، والبحرية، والجوية، والبرية لتحقيق أهدافها بمصادرة القرار العسكري والسياسي العراقي، مما أدى إلى تقصير مدة الحرب وتحقيق نصر سريع على العراق.

٦. لقد أصبحت وسائل الإعلام الأمريكية المدنية والعسكرية الناطق الرسمي باسم الحكومة الأمريكية مما مكنها من تضليل الرأي العام الأمريكي حول الأهداف الكلية للمعركة. لذلك تمكنت القوات الأمريكية من احتكار المعلومات حول الحرب.

٧. تمكنت القوات الأمريكية من السيطرة على وسائل الإعلام المدنية، والعسكرية، والعالمية، ومن ثم تحويل الحقائق إلى أكاذيب، والأكاذيب إلى حقائق للحرب، وكذلك إقناع الشعب الأمريكي بأن الحرب على العراق عادلة وحتمية باستخدام أسلوب التهريب من العراق، وأنه يمثل محوراً للشرب والإرهاب.

الهوامش:

١. حجاب، محمد منير، ٢٠٠٥، الحرب النفسية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٥٤
٢. حياوي، القاضي نبيل عبد الرحمن، سقوط بغداد، الوقائع الكاملة ليوميات حرب الخليج الثالثة، متابعات وتحقيقات، ووثائق، دار العلم للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، ٢٠٠٣ وبدأت العمليات العسكرية في الساعة الثانية وخمس وثلاثين دقيقة بتوقيت غرينتش، الخامسة وخمس وثلاثين دقيقة بتوقيت بغداد، وذلك بعد ساعة ونصف من انتهاء مهلة (٤٨) ساعة التي حددها الرئيس الأمريكي جورج بوش الابن للرئيس العراقي للتخلي عن السلطة وترك البلاد مع ولديه، وبعد اثني عشر عاماً وثلاثة أسابيع من توقف حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١.
٣. روبرت هوديرن، ٢٠٠٦، المؤسسة العسكرية الأميركية والإعلام: تغطية الحرب والصدقية، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ص ٢٦٢.
٤. نقرش، عبدالله، ٢٠٠٦، نظرية الحرب العادلة وتطبيقها في الحرب على العراق عام ٢٠٠٣، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٣٣، العدد، ١، ص، ٨٥.
٥. نظراً للتنافس الشديد بين الولايات المتحدة الأمريكية كقائد للمعسكر الغربي، والاتحاد السوفيتي كقائد للمعسكر الشرقي، في ذلك الوقت، كانت الأوضاع والتطورات والحروب الإقليمية تضبط من قبل القوتين أو تبدأ وتنتهي وفقاً لإرادتهما السياسية. وكان كل منهما يقف وراء أحد أطراف الصراع دون أن يقوم بمواجهة مباشرة في ساحة القتال، وذلك تجنباً لحرب عالمية مدمرة كلياً.
٦. ياسين، السيد، ٢٠٠٣، الحرب الكونية الثالثة، «عاصفة سبتمبر والسلام العالمي»، ط ١ المدى للثقافة والنشر، دمشق، ص ١٧٤ وما بعدها.
٧. غيذيز، انطوني، ٢٠٠٥، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، ص ٧١٧.
٨. Rumsfeld's Roadmap to Propaganda , National Security Archive Electronic Briefing Book No. 177. Edited by Kristen Adair
أنظر الموقع الالكتروني: www. gwu. edu Accessed to 10/ 1/ 2010
٩. مجلة نيويورك تايمز، ١ أبريل ٢٠٠٣، مقابلة، تقارير الحرب على العراق، العدد: ١٠٧٤٧.

١٠. كابلان، ريتشارد، ٢٠٠٦، صدقية وسائل الإعلام في الحرب: ظاهرة المراسلين المرافقين للقوات المسلحة - مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية أبو ظبي، ص ٤٤٦.
١١. ريتشارد كابلان، ٢٠٠٦، مصدر سابق، ص ٤٥٧.
١٢. الأدهم، مظفر، ٢٠٠٧، مركز الخليج للبحوث الإستراتيجية: دراسة، دبي، ص ١٢٢.
١٣. تشومسكي، نعوم، ٢٠٠٥، الهيمنة أم البقاء: السعي الأمريكي للسيطرة على العالم، دار الكتاب العربي، بيروت، ص ٣٩.
١٤. فاف، ويليم، ٢٠٠٥، العراق ودروس حرب فوكلاند، المركز الدولي لدراسات أمريكا والغرب أنظر الموقع الإلكتروني: <http://www.icaws.org/site/index.php>
١٥. شابيرو، سامانتا، ١٢ / ١ / ٢٠٠٥، صحيفة نيويورك تايمز، للمزيد أنظر الموقع الإلكتروني: <http://www.nytimes.com/pages/national/index.html>
١٦. USA State Department. Information Operations , Joint Publication 3- 13. Electronic Warfare p. Gl. 12. - . أنظر كذلك في: 13 February 2006. P. GL- 9 2007
١٧. دراسة قامه بها هيئة التحرير في مجلة كلية الملك خالد العسكرية، ٢٠٠٣، الحرب النفسية الأمريكية على العراق مراحلها. . أساليبها. . أهدافها. . نتائجها، العدد، ٧٣، للمزيد حول الدراسة أنظر الموقع الإلكتروني:
- <http://www.kkmaq.gov.sa/Detail.asp?InNewsItemID=117971>
١٨. صحيفة «الرياض»، ٢٢ - ٣ - ٢٠٠٣ م، العدد (١٢٦٨٩).
١٩. راجع النص الكامل للخطاب في صحيفة «الرياض»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م، العدد (١٢٦٨٦).
٢٠. راجع اتهامات (باول) للعراق، ٢٠٠٣، من خلال دراسة يوسف خطاب، «الخليج يشهد الحرب الثالثة: العدوان الأمريكي على العراق»، الحلقة الرابعة من دراسة منشورة للباحث يوسف كامل خطاب، في العدد (٧٢) من مجلة كلية الملك خالد العسكرية، محرم ١٤٢٤هـ - آذار ٢٠٠٣ م.
٢١. صحيفة «الشرق الأوسط»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م، عدد خاص عن بدء الحرب.
٢٢. تقرير عن وكالة (رويترز) ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م، نشرته صحيفة «الرياض» في عددها (١٢٦٨٦).

٢٣. صحيفة «الشرق الأوسط»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد الخاص عن بدء الحرب.
٢٤. صحيفة «الشرق الأوسط»، ١١ / ١ / ٢٠٠٣ م العدد (٨٨١٠).
٢٥. راجع النص الكامل للخطاب في صحيفة «الشرق الأوسط»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد الخاص.
٢٦. راجع النص الكامل للخطاب في صحيفة «الشرق الأوسط»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد الخاص.
٢٧. صحيفة «الجزيرة»، ٢٥ / ٣ / ٢٠٠٣ م. العدد (١١١٣٥).
٢٨. صحيفة «الرياض»، ٢٤ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد (١٢٦٩١).
٢٩. صحيفة «الوطن»، السعودية، ٢١ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد (٨٧٥).
٣٠. صحيفة «الرياض»، ٢٠ / ٣ / ٢٠٠٣ م العدد (١٢٦٩٧).
٣١. Reference: Operation Iraqi Freedom للمزيد حول هذه العملية أنظر الموقع الإلكتروني: [www. Gtobalsecurity. org](http://www.Gtobalsecurity.org) بتاريخ ٢١ / ٣ / ٢٠٠٧.
٣٢. Ronnie S. Stangler , MD , PSYOPS: Psychological Operations.
٣٣. Major Joseph L. COX , Information Operations In Operations Enduring Freedom And Iraqi Freedom – What Went Wrong ? A Monograph , School of Advanced Military Studies: United states Army Command And General Staff College , Fort Leavenworth , Kansas , AY 2005- 2006. P. 5- 6. Information war fair I- w ,lw , C41 , cyber war Fas. org. information war fare 22/ 1/ 2010
٣٤. أبو عرقوب، إبراهيم، ٢٠١٠، حرب المعلومات الأمريكية على العراق في حرب عام ٢٠٠٣، بحث غير منشور.
٣٥. Colonel Sam Gardiner USAF (Retired) , Truth from these Podia: Summary of the study of Strategic influence , Perception Management , Strategic Information Warfare and Strategic Psychological operations in Gulf II , October 8 , 2003. PP. 3- 56
- [www. SamGrad@aol. com](http://www.SamGrad@aol.com). Colonel Sam Gardiner , 50 False News Stories By Bush Propaganda Machine: A Strategy of Lies: How the White House Fed ,the Public a Steady Diet of Falsehoods
- Accessed to 4/ 2/ 2010 [www. rense. com](http://www.rense.com) Propaganda and the Media , issues. org , Accessed to 8/ 2/ 2010 War [www. global](http://www.global)

Mika Makelainen , Monitoring Iraq: War of the Airwaves, www. DXING. ٣٦ .info. Accessed to 1/ 2/ 2010

, Clandestine Radio Watch , 128 Extra

www. schoechi. de/ crw/ crw128e. html , accessed to 1/ 2/ 2010

Capt. David Westover , A Brief History Of U. S. International Radio Broad-
, casting And War: From The Voice Of America To Radio Tikrit

USAF Strategic Public Relations Management: International Perspective

www. psywarrior. com. Accessed to 1/ 2/ 2010

.Ibid. ٣٧

Ibid. ٣٨

Ibid. ٣٩

Ibid. ٤٠

Ibid. ٤١

Ibid. ٤٢

Ibid. ٤٣

American Strategic Communication in Iraq: the “ Rapid Reaction Media ٤٤
Team “ P. 6. Clark and Christie 2005, Friedman 2003 ,P. 1

SGM Herbert A. Friedman (Ret.) . Psychological Opera- ٤٥
tions in Iraq: No- Fly Zone Warning Leaflets to Iraq, 2002- 2003
.www. psywarrior. org. accessed to 1/ 2/ 2010

Ibid. ٤٦

DOD Confirms Iraq e- mail Campaign, Dan Caterinicchia, Jan. 16, 2003 - ٤٧
., www. few. com 9/ 4/ 2003

Federation of American Scientists Website, Available fromhttp:// www. - ٤٨
fas. org/ man/ dod- 101/ sys/ ac/ ec- 130e. htm; Internet. Monograph P.
106

Global Security Website, Available

;fromhttp:// www. globalsecurity. org/ military/ systems/ aircraft/ ea- 6. htm

.P. 108 Monograph

.Joint Publication- 3- 53 Doctrine for Joint Psychological Operations 5 Sept. ٤٩

US Department of Defense , Military Deception , Joint Publication 3- 13. ٥٠
.4 (Formerly JP- 3- 58) , 13 July , 2006. P. I- 1

Ibid. ٥١

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

١. ياسين، السيد، ٢٠٠٣، الحرب الكونية الثالثة: «عاصفة سبتمبر والسلام العالمي»، ط ١ المدى للثقافة والنشر، دمشق، سوريا.
٢. غيذيز، انطوني، ٢٠٠٥، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، توزيع مركز دراسات الوحدة العربية: بيروت، لبنان.
٣. حجاب، محمد منير، ٢٠٠٥، الحرب النفسية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
٤. تشومسكي، نعوم، ٢٠٠٥، الهيمنة أم البقاء: السعي الأمريكي للسيطرة على العالم، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان.
٥. حياوي، نبيل، سقوط بغداد: الوقائع الكاملة ليوميات حرب الخليج الثالثة متابعات وتحقيقات، ووثائق، دار العلم للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان
٦. روبرت، هوديرن، ٢٠٠٦، المؤسسة العسكرية الأميركية والإعلام: تغطية الحرب والصدقية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة.
٧. كابلان، ريتشارد، ٢٠٠٦، صدقية وسائل الإعلام في الحرب: ظاهرة المراسلين المرافقين للقوات المسلحة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة.